

No.: 제08-44호
2008. 12. 18.

China Business Focus

I . 新유류세 도입에 대한 효과와 문제점

(거시팀 李牧群 수석연구원)

II . 중국 월마트(Walmart) 부진의 원인

(전략팀 林瑞明 연구원)

III . 主要 經濟統計

I. 新유류세의 도입에 대한 효과와 문제점

- 중국 국가발전개혁위원회는 1994년부터 논의되어 왔던 유류세를 2009년 1월 1일부터 징수할 계획이라고 밝힘
- 유류세는 차량 운행이 많은 사람과 적은 사람에 대한 도로사용 및 환경오염 차등 책임 효과가 있을 것으로 기대
- 본 보고서에서는 유류세 징수가 중국인들의 생활에 미치는 영향을 살펴보고, 유류세 징수의 문제점을 제시

중국 정부가 「유류세 개혁안」을 발표

□ 중국은 2009년 초부터 유류세를 징수할 예정이라고 밝힘

- 국가발전개혁위원회, 재정부, 교통운송부와 국가세무총국 등은 「유류세 개혁안」을 발표하고 2009년 1월 1일부터 유류세를 징수하기로 결정
 - 유류세는 단독으로 부과되지 않고, 휘발유 및 경유 소비세의 단위당 세액을 상향 조정하는 것으로 대체할 계획
 - 휘발유 소비세는 리터(ℓ)당 0.2위안에서 1위안으로, 경유 소비세는 리터당 0.1위안에서 0.8위안으로 상향 조정될 예정
- 유류세가 시행될 경우 기존에 부과되던 도로 유지비, 운항로 유지비, 도로 운송관리비, 도로 여객 운임·화물 운송 부가가치세, 수로 운송관리비, 수로 여객 운임·화물 운송 부가가치세 등 6개 항목과 2급 이하 도로¹⁾ 운행료가 폐지될 전망

□ 중국 정부는 현시점을 유류세 도입의 최적기로 판단

1) 현(縣)급 이상 지방 정부의 교통관리부서에서 대출 또는 기업, 개인의 유상 자금을 모아 건설한 도로

- 당분간 유가 상승 요인이 없는 상황에서 유류세를 부과하는 것이 국민들에게 가격 상승 부담이 적을 것으로 판단
- 유류세 징수는 현재 중국에서 실시하고 있는 '에너지 절감, 오염물질 감축' 계획과 일맥상통하여 對국민 설득에 유효

「유류세 개혁안」이 중국인들의 생활과 경제에 미치는 영향

□ 유류세는 차량 사용이 많은 사람에게 큰 부담으로 작용

- 유류세가 부과될 경우 차량 사용이 많은 소비자의 지출이 증가
 - 현재 배기량이 1,600cc 인 승용차가 연간 18,000km를 주행할 경우 연간 유류비와 도로 유지비는 총 12,786위안 수준
 - 도로 유지비를 폐지하고 유류세를 부과할 경우 휘발유 가격은 리터당 0.8위안²⁾ 인상되어, 위 차종의 경우 연간 120위안을 추가 부담
- 현행 도로 유지비는 모든 자동차 사용자들에게 동일한 세액으로 부과되었으나, 유류세를 징수할 경우 차량 사용량에 따라 세액이 차등 부과되기 때문에 불합리한 문제가 해소
- 유류세는 교통체증 완화, 에너지 절감, 오염물 감축 등의 긍정적인 효과를 창출
 - 자동차시장 조사기관인 시노트러스트(Sinotrust)의 조사에 따르면, 유류세를 징수할 경우 유류세의 종량 또는 종가 징수 방법과는 무관하게 80%의 소비자들이 배기량이 작은 소형 차량을 선호할 것으로 나타남
 - 일본, 영국, 프랑스, 독일 등의 1인당 자동차 보유량은 미국과 비슷한 수준이나 유류세가 높아 배기량이 작은 차량을 선호
 - 이들 국가의 1인당 이산화탄소 배출량은 SUV나 픽업트럭이 많은 미국의 1/2~1/3 수준

2) 유류세 1위안 - 기존의 소비세 0.2위안 = 0.8위안

국가별 유류세 및 온실가스 배출량 비교

(단위: 대/1,000명, 톤/년, %)

분류	소형 자동차 보유량	1인당 이산화탄소 배출량	유류세율
미국	461	20.14	30
영국	457	9.55	73
일본	441	9.65	120
독일	550	10.24	260
프랑스	494	6.59	300
중국	15	4.07	0

자료: IEA, World Bank WDI

- 택시, 버스, 화물운송차량 등 장거리 운송 사업자와 트랙터를 사용하는 농민, 그리고 원유를 원료로 하는 생산업체의 생산 원가가 상승

□ 유류세는 사회 균등발전에 기여할 전망

- 가격에 민감한 중·저소득층은 차량 운행을 줄이는 한편, 고소득층의 차량 운행은 유지될 것으로 보여 소득별 차등 세금 효과가 있을 것으로 판단
- 징수되는 세액이 사회간접 부문 및 사회복지로 환원될 전망

□ 유류세는 배기량이 작은 자동차의 확산 보급과 新에너지 발전을 견인

- 유류세 징수 발표 이후, 중대형 자동차 판매 상승세는 둔화된 반면, 배기량이 1,000~1,600cc인 소형 자동차 판매가 증가
- 유류세 도입에 따라 대체 에너지 차량의 구매력이 향상
 - 도요타의 프리어스(Prius) 등 하이브리드차의 일반 차량 대비 에너지 절감률이 유류세 도입 전 20%에서 도입 후 30%로 높아질 전망

유류세 징수에 따른 문제점

□ 유류세와 가공유 가격 결정 문제

- 국제 유가가 하락하는 시점에서 유류세 도입으로 유가가 높아진다면 사회적 불만이 생길 가능성
- 유류세 개혁 이후 가격 결정 메커니즘의 합리화, 시장화를 실현할 수 있을지 미지수
 - 개혁안에서는 '국제 유가, 기업의 생산원가 및 수요를 반영한 가격 메커니즘을 구축'한다고 밝혔으나 여전히 정유사의 '폭리'를 위한 '국민의 희생'이라는 불만이 내재
 - 최근 국제 유가 하락이 반영되지 못하는 '가격 메커니즘'에 대한 불신이 증폭

□ 유류세 징수의 형평성 문제

- 유류세 도입으로 도로 유지비, 도로 여객 운임·화물 운송 부가가치세, 도로 운송관리비 등의 형평성은 해결되겠지만, 정액으로 부과되는 차량·선박 사용세의 형평성 문제는 여전히 내재
- 유류세 징수 이후에도 고속도로 통행비용은 기존대로 유지될 전망
 - 고속도로 이용에 따른 휘발유 절감, 배기량 감축 등의 효과가 통행비용 할인으로 반영되어야 하는데, 이에 대한 정책은 여전히 불투명

II. 중국 월마트(Walmart) 부진의 원인

- 2008년 9월 25일 월마트는 베이징 왕징(望京)에 114호 분점을 계획보다 15개월 늦게 오픈
- 당초 월마트는 2007년 중국에 50개 분점을 개설하는 목표를 세웠었는데, 실제로 개장한 매장은 30개에 불과
- 1996년 중국시장에 진출한 월마트는 10여 년간 계속해서 적자를 기록하며, 라이벌 유통업체인 까르푸와 대조를 이룸
- 본 보고서에서는 중국 내 월마트의 문제점을 통해 시사점을 도출

중국 월마트의 부진

□ 월마트의 글로벌 계획에서 중국시장은 중요한 위치를 차지

- 최근 수년간 歐美시장에서 성장 둔화를 겪고 있는 월마트는 2008년 글로벌 금융위기를 겪으면서 경영난이 더욱 악화
 - 월마트는 실적 부진으로 2006년 한국과 독일 시장에서 잇따라 철수
 - 월마트의 미국 내 신규 개설 매장은 2007년 243개에서 2008년 212개, 2009년 157개로 감소할 전망
- 월마트는 '글로벌 전략 조정 계획안'을 통해 신흥시장의 중요성을 강조
 - 월마트는 향후 5년 내에 '글로벌 시장 확대 계획' 투자액 중 절반을 브라질, 중국 등 신흥시장에 투입할 계획
- 월마트는 중국 소매유통업체의 지속적인 발전과 적극적인 대외 개방을 고려해 중국을 글로벌 시장 확대 전략의 핵심요지로 인식
 - 1994~2007년 중국 도·소매 유통업 매출액은 연평균 16.3%의 증가율을 유지

- 중국 소매유통업체는 WTO 협정에 따라 2004년 12월 외국계 기업에 대한 개발, 투자 규제를 폐지
- 2005년 신규 허가를 받은 외국계 소매유통업체가 전년 대비 65% 증가, 現 세계 50대 유통업체 중 40여 개사가 중국에 분점을 설립

□ 그러나 중국 월마트의 성장 속도는 라이벌사인 세계 2위 유통업체 까르푸에 크게 못 미치는 수준

- 1995년 중국에 진출한 까르푸는 1996년에 진출한 월마트를 앞서는 상황
- 2002년 까르푸는 중국에 진출한 외국계 유통업체 중 유일하게 이윤을 창출한 반면, 월마트는 현재까지도 '적자'를 면하지 못함
- 2006년 말 월마트는 중국 월마트 CEO를 교체하고 M&A와 독립 매장 개설을 통해 중국시장 확대를 강화하였으나, 기대만큼 효과를 거두지 못함
- 2007, 2008년 신규 개설된 매장 수는 각각 30개와 15개로 사전계획인 매년 50개에 훨씬 못 미치는 수준

중국 월마트 부진의 원인

□ 월마트의 성공 요인은 물류배송센터를 중심으로 가격 우위를 확보한 것인데, 이 경영모델이 중국에서 효과를 발휘하지 못함

- 월마트는 지역별 중앙물류배송센터에서 상품 배송을 관리함으로써 비용을 절감
 - 2005년 말 미국 내 월마트 매장은 약 4,000개로, 한 개의 배송센터에서 평균 120개 매장을 지원
 - 평균 배송비용은 매출액의 3% 미만으로 경쟁사의 4.5~5%보다 낮은 수준
- 중국 월마트는 매장 수가 적어 중앙물류배송센터를 통한 비용 절감 효과가 제한적

- 중국 까르푸 매장은 공급업체로부터 직접 공급 받는 방식을 채택
 - 까르푸 매장과 공급업체가 동일 지역에 위치해 있어 소량 주문과 사용 빈도가 높은 상품 주문에 효과적
 - 동일 지역의 공급업체에서 공급을 받을 경우 배송 속도가 빠르고 간편해 비용을 절감할 수 있고, 품질로 인한 매출 손실을 최소화

□ 월마트의 핵심 경쟁력인 정보처리시스템도 중국에서는 큰 성과를 거두지 못하는 실정

- 월마트는 7억 달러를 투입하여 미국 AT&T를 추월하는 미국 최대 민영 전자정보시스템을 구축하여 운영 중
- 이 시스템은 제조업체와 물류업체 등을 자체 정보 통제범위에 포함시켜, 세계 각 매장의 매출 분석, 상품 선정·입고·판매·재고 등을 효율적으로 관리
- 그러나 월마트의 글로벌 구매 시스템과 물류 시스템은 중국의 정책 규제 및 규모의 한계로 효율성이 떨어짐
- 반면, 까르푸의 매장별 '분산 운영' 시스템은 현재까지 중국 실정에 적합하다는 평가를 받음

□ 원가 절감을 위해 제조업체에서 물건을 직접 공급 받는 월마트의 전략도 중국 상황에 부적합

- 월마트는 미국에서 제조업체로부터 직접 물품을 구매하는 방식을 취하며 중간 유통 비용을 절감하여 'Everyday Low Price' 전략을 유지
- 그러나 중국은 제조업체 수가 많고, 규모가 작으며, 분산되어 있어 독자적으로 제조업체와 접촉하기보다는 대리구매 방식을 선호

- 이 같은 상황으로 월마트의 'Everyday Low Price' 전략이 한계에 봉착했으며 중국 로컬 유통업체 대비 경쟁력을 상실

□ 월마트는 중국 정부의 정책 변화와 로컬 유통업체들의 반격에 직면

- 중국 상무부는 2004년 말 외국인 투자자에 대한 중국 유통업 개방 이후 외국계 기업에 대한 특혜를 폐지하고 로컬 유통업체가 월마트, 까르푸 등 외국계 기업들과 '공정 경쟁'할 수 있도록 관련 제도를 개편
 - 상무부는 샤먼(廈門)市 유통매장 80%가 외국계라는 이유로 월마트의 신규 매장 개설 신청을 불허
- 월마트의 세금 납부 방식은 세수에 민감한 지방 정부 정책에 위배
 - 월마트는 각 분점에서 발생한 매출에 대한 세금을 본사가 있는 선전의 국세국에 일괄 납부
 - 반면, 까르푸는 4개 거점으로 분리 관리하기 때문에 각 지방 정부에 세금을 납부하며 정부와의 우호적 관계를 유지
- 로컬 유통업체들이 단합하여 중국 정부에 압력을 행사하는 등 외국계 업체를 견제
 - 후난(湖南) 부부가오(步步高)의 회장 왕톈(王填)은 자비를 들여 외국계 유통업체의 매장 개설 제한 등의 내용을 담은 '상업대점법(商業大店法)'을 작성한 후 버시라이(薄熙萊) 전 상무부 부장에게 제출

결론 및 제언

□ 월마트는 규모의 확대를 통해 중국시장에서 경쟁력을 확보할 필요

- 월마트의 글로벌 성공은 규모의 확대를 기반으로 한 비용 절감에 있음

- 중국 내 매장 수가 일정 수준 확보되면, 물류 및 운영비용 절감에 따른 경쟁력을 갖출 수 있음
- 로컬 유통업체와 까르푸 등이 주요 도시에서 높은 위상을 차지하고 있으므로, 월마트는 향후 중국 소도시와 농촌시장에서의 성장을 모색할 필요
 - 글로벌 경영 컨설팅사 AT커니(ATkearney)에 따르면, 2017년 75%의 중급 시장이 중국의 2, 3급 도시에 집중될 것이며, 이 도시의 거주민들은 소득 수준 향상과 함께 막강한 소비세력으로 부상할 전망

□ 월마트는 중국시장 확대 과정에서 경직된 사고방식을 개선하고, 까르푸의 성공 노하우를 벤치마킹할 필요

- 중국 이외의 다른 나라에서 성공한 비즈니스 모델이라도 중국시장에서 실패할 수 있다는 교훈을 상기
 - 미국시장에서 성공한 델(Dell)의 직판모델이 한때 중국시장에서 난항을 겪은 사례 등
- 조직 구조에서부터 운영 전략에 이르기까지 부단한 조정을 단행함으로써 중국시장의 실정과 변화에 접목
 - 지역이 방대하고, 빈부 격차가 큰 중국시장에 적합한 물품 구입, 물류 관리, 마케팅 방식을 도입
 - 중국 정부의 정책 조정에 대응하기 위해 중앙 및 지방 정부와의 관계를 개선

Ⅲ. 主要 經濟統計

區 分		單位	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년		
								1분기	2분기	3분기
GDP	정상금액	억 위안	135,823	159,878	183,868	211,923	249,530	61,491	69,128	71,012
	성장률	%	10.0	10.1	10.4	11.6	11.9	10.6	10.1	9.0
工業生産指數	전년대비	%	17.0	16.7	16.4	16.6	18.5	16.4	15.9	13.0
消費物價指數	전년대비	%	1.2	3.9	1.8	1.5	4.8	8.0	7.8	5.3
貿易額	수출	억 달러	4,382.3	5,933.2	7,619.5	9,691	12,180	3,059	3,607	4,079
	수입	억 달러	4,127.6	5,612.3	6,599.5	7,916	9,558	2,645	3,031	3,246
全社會 固定資產投資	투자금액	억 위안	55,567	70,477	88,774	109,870	137,239	21,845	46,557	47,844
	전년대비	%	27.7	26.8	26.0	24.0	24.8	24.6	27.1	28.1
FDI	실행금액	억 달러	535.1	606.3	603.3	694.7	747.7	274	250	220
株價指數	선전	종가	3,479.80	3,067.57	2,836.61	6,647.14	17,700.62	13,692.84	9,370.78	7,559.27
	상하이	종가	1,497.0	1,266.5	1,161.1	2,675.5	5,261.56	3,580.15	2,736.10	2,293.78
M2	통화량	억 위안	221,223	254,107	298,756	345,578	403,401	423,055	443,141	452,900
	증가율	%	19.6	14.9	17.6	15.7	16.7	16.3	17.4	15.29

☞ 參考資料: 1. 「中國統計年鑑」 2. 「中國國家統計局」 3. SSE 「399001」 Component Index

주: 월별 고정자산투자는 도시 고정자산투자, 분기별 고정자산투자는 전 사회 고정자산투자 수치임.

도시 고정자산투자는 전 사회 고정자산투자의 약 80%를 차지